

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. Biel, 2009, *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale.
- Adonis, dkk, (2021) *Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Generasi*. *Jurnal CAPITAL* Volume. 4 No 1 Juli 2021
- Anggita dan Ali, (2017). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)*. An Official Publication of "Scholars Middle East Publishers", Dubai, United Arab Emirates.
- Darmawan, (2018). *The Effect of Price, Product Quality, Promotion, Social Factor, Brand Image on Purchase Decision Process of Loop Product on Youth Segment (Case Study of Pt Telekomunikasi Selular)*. *International Seminar & Conference on Learning Organization ISCLO 6th*, 2018.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode penelitian manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Kotler, P., Wong, V., Saunders, J. & Armstrong, G. (2005). *Principles of marketing*. (4th ed.). England: Pearson Education, Inc.
- Fure, dkk, (2015). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.co Manado*. Vol.3 No.1 Maret 2015, Hal.367-377.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Universitas Diponegoro
- Istiyanto dan Nugroho, (2017). *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta)*. *EKSIS*, Vol 12, No 1 April 2017.

- Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.*
- Kotler & Armstrong G. 2004. Dasar- dasar pemasaran edisi 9, Jakarta: PT. Index.
- Kotler, P. (2012). Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Pearson Education International.
- Kotler, P. dan C. Keller. 2010. Manajemen Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2010. Principles of Marketing, thirteen Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2015). Marketing Management. 15th Edition. United State of America: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks
- Lin, Nan-Hong. 2007. *The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderat- ed by Price Discount. Tatung University. Taiwan.*
- Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Media Online : <https://selular.id/2021/08/top-5-laptop-favorit-masyarakat-indonesia-di-2021/>
- Media Online : <https://www.it-jurnal.com/apa-pengertian-dari-laptop-dan-fungsinya/>
- Musa, Much Ichwan. 2017. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makasar. Jurnal Economix. Volume 5. No. 1
- Nurul huda, (2020). Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar. Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 2, No. 1, 2020
- Parengkuan, dkk, (2014). Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorsment* terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders Di 24 Mart Manado. Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1792-1802

- Setiadi, J Nugroho. 2003. Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. 2007. Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi X. Bandung: CV Alfabeta
- Suhaily dan Darmoyo, (2017). *Effect of Product Quality, Perceived Price and Brand Image on Purchase Decision Mediated by Customer Trust (Study on Japanese Brand Electronic Product)*. Jurnal Manajemen/Volume XXI, No. 02, Juni 2017: 179-194.
- Sumarwan,Ujang 2020. Prilaku Konsumen. Cetakan 2. Edisi 2. Bogor: Penerbit Ghalia.
- Supriyadi, dkk, (2017) Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.1, Januari 2017.
- Suryani dan Rosalina, (2019). Pengaruh *Brand Image, Brand Trust*, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Startup Business Unicorn Indonesia). Issn: 2443-3837 (Online) Volume 04, No 1, 2019.
- Swasta dan Irawan 2002. Manajemen pemasaran modern. Edisi ketiga. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy, Gregorius dan Dadi Adriana. 2008. Pemasaran Strategik.